

# **PEMANFAATAN GOOGLE BISNISKU SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA DENGAN MENGGUNAKAN LOCAL SEARCH ENGINE OPTIMIZATION**

(Studi Kasus : Wisata Curug Sindaro, Desa Wadasmalang, Kecamatan Karangsambung,  
Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah)

## **TUGAS AKHIR**

Disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan  
Program Strata 1, Program Studi Teknik Informatika,  
Universitas Pasundan

Oleh :

**Ghesti Prabawati Maryono**

Nrp. 15.304.0058



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PASUNDAN  
DESEMBER 2019**

**LEMBAR PENGESAHAN  
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Telah diujikan dan dipertahankan dalam Sidang Sarjana Program Studi Teknik Informatika Universitas Pasundan Bandung, pada hari dan tanggal sidang sesuai berita acara sidang, tugas akhir dari :

Nama : Ghesti Prabawati Maryono

Nrp : 15.304.0058

Dengan judul :

**“PEMANFAATAN GOOGLE BISNISKU SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA  
DENGAN MENGGUNAKAN LOCAL SEARCH ENGINE OPTIMIZATION”**

Bandung, 26 Desember 2019

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping,

(Dr. Ayi Purbasari, S.T, M.T)

(Ferry Mulyanto, S.T, M.Kom)

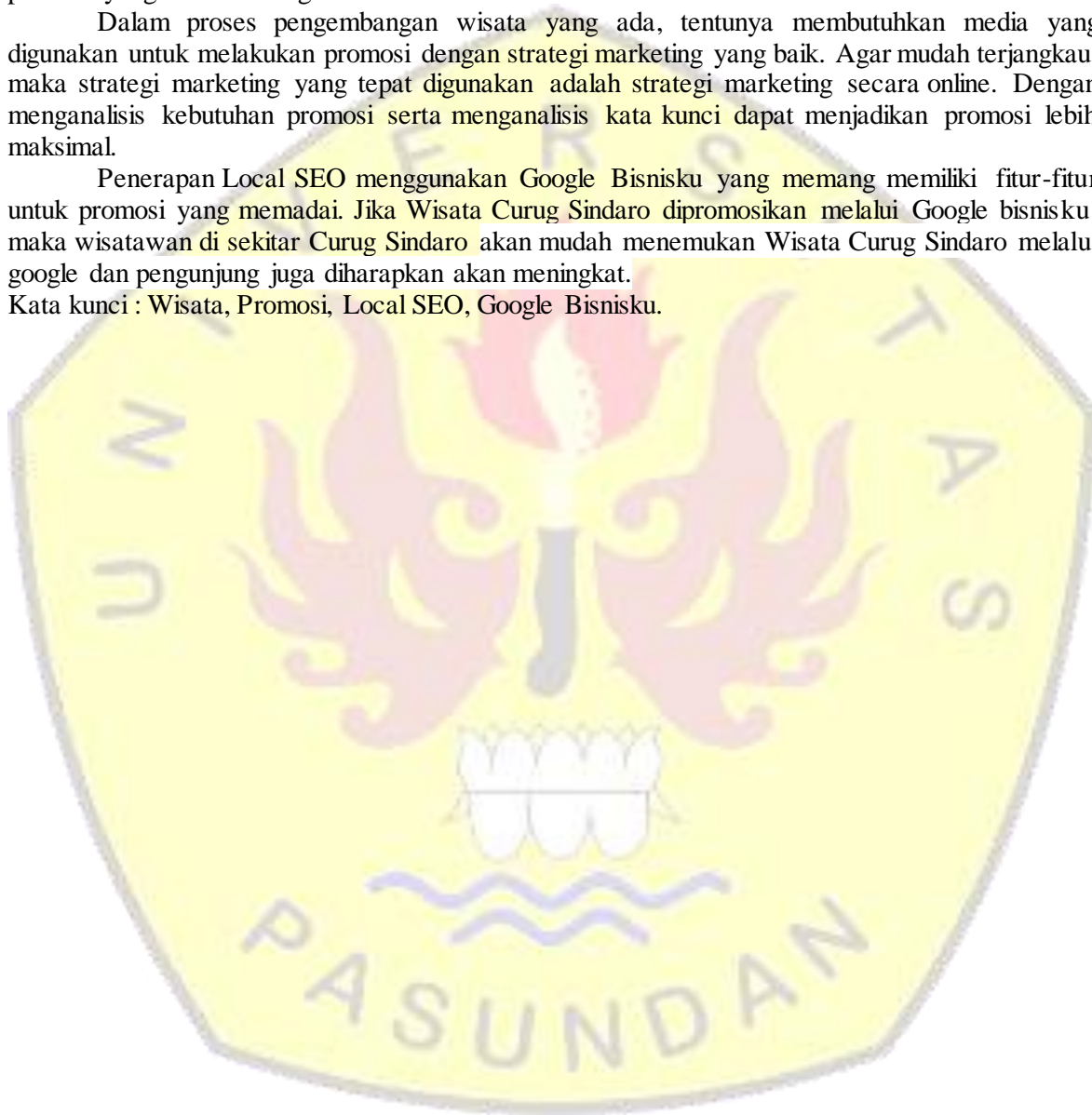
## ABSTRAK

Industri pariwisata merupakan industri yang terus berkembang di dunia termasuk di Indonesia. Begitu juga dengan Kabupaten Kebumen yang memiliki berbagai potensi wisata mulai dari wisata air, wisata pegunungan, wisata kuliner, wisata goa, wisata budaya dan lain-lain. Yang salah satunya adalah Curug Sindaro yang terletak di utara Kabupaten Kebumen yang tepatnya berada di Desa Wadasmalang, Kecamatan Karangsembung, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Namun, dalam proses pengembangan dan pengelolaannya, wisata yang di resmikan pada 3 Maret 2019 ini semakin hari semakin mengalami penurunan pengunjung. Yang dimana, masalah utamanya ada promosi yang masih kurang maksimal.

Dalam proses pengembangan wisata yang ada, tentunya membutuhkan media yang digunakan untuk melakukan promosi dengan strategi marketing yang baik. Agar mudah terjangkau, maka strategi marketing yang tepat digunakan adalah strategi marketing secara online. Dengan menganalisis kebutuhan promosi serta menganalisis kata kunci dapat menjadikan promosi lebih maksimal.

Penerapan Local SEO menggunakan Google Bisnisku yang memang memiliki fitur-fitur untuk promosi yang memadai. Jika Wisata Curug Sindaro dipromosikan melalui Google bisnisku, maka wisatawan di sekitar Curug Sindaro akan mudah menemukan Wisata Curug Sindaro melalui google dan pengunjung juga diharapkan akan meningkat.

Kata kunci : Wisata, Promosi, Local SEO, Google Bisnisku.



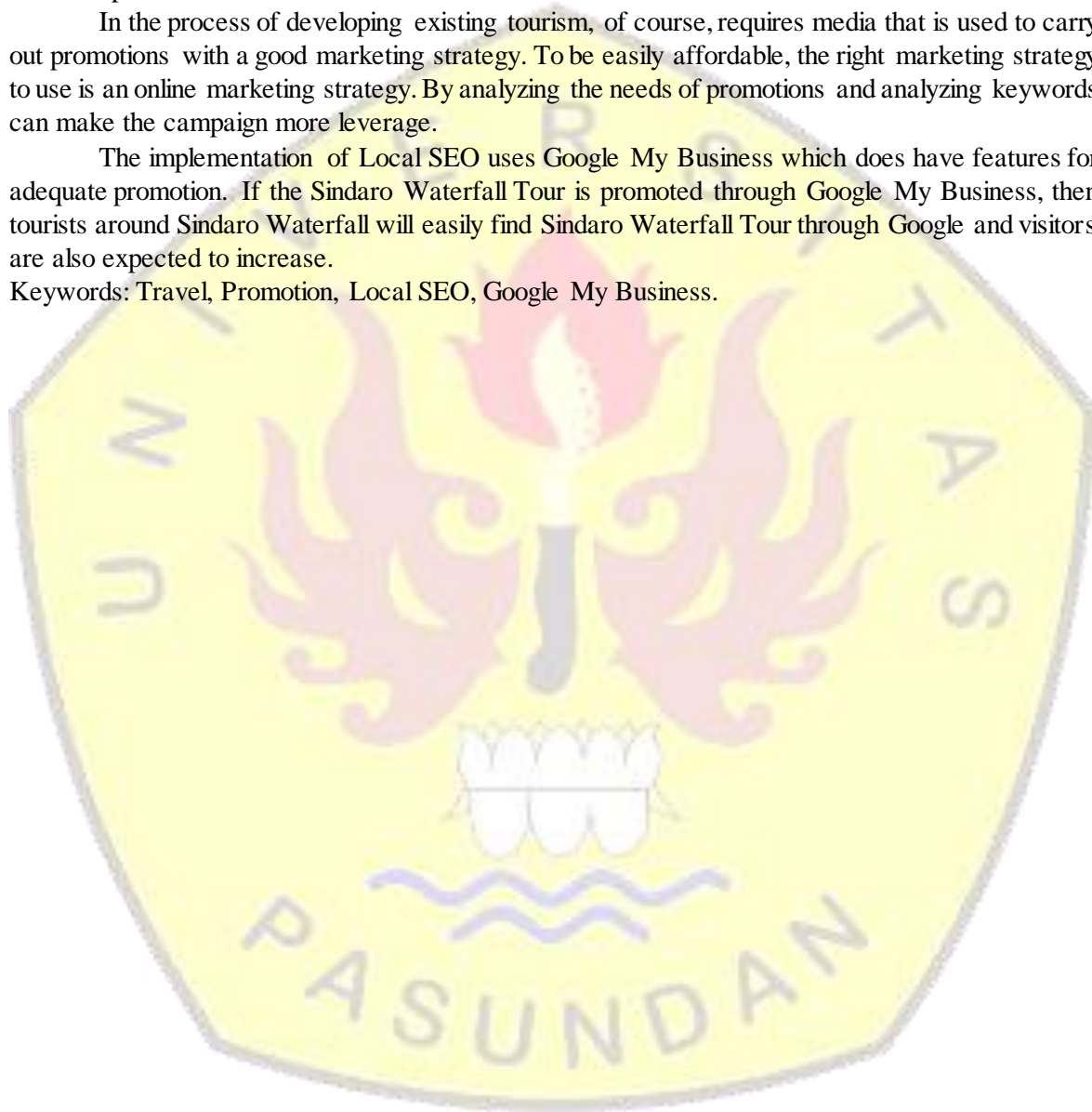
## ABSTRACT

The tourism industry is an industry that continues to grow in the world, including in Indonesia. Likewise with Kebumen Regency which has various tourism potentials ranging from water tourism, mountain tourism, culinary tourism, cave tourism, cultural tourism and others. One of them is Curug Sindaro which is located in the north of Kebumen Regency which is precisely in Wadasmalang Village, Karangsambung District, Kebumen Regency, Central Java. However, in the process of development and management, the tour which was inaugurated on March 3, 2019 has increasingly decreased visitors. Which is where, the main problem is that there is a promotion that is still not optimal.

In the process of developing existing tourism, of course, requires media that is used to carry out promotions with a good marketing strategy. To be easily affordable, the right marketing strategy to use is an online marketing strategy. By analyzing the needs of promotions and analyzing keywords can make the campaign more leverage.

The implementation of Local SEO uses Google My Business which does have features for adequate promotion. If the Sindaro Waterfall Tour is promoted through Google My Business, then tourists around Sindaro Waterfall will easily find Sindaro Waterfall Tour through Google and visitors are also expected to increase.

Keywords: Travel, Promotion, Local SEO, Google My Business.



## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
DAFTAR ISTILAH.....	x
DAFTAR SIMBOL.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1-1
1.1 Latar Belakang.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah .....	1-2
1.3 Tujuan Tugas Akhir .....	1-2
1.4 Lingkup Tugas Akhir .....	1-2
1.5 Metodologi Pengerjaan Tugas Akhir.....	1-2
1.6 Sistematika Penulisan Tugas akhir .....	1-3
BAB 2 LANDASAN TEORI & PENELITIAN TERDAHULU .....	2-1
2.1 Teori Pendukung.....	2-1
2.1.1 Promosi .....	2-1
2.1.2 Wisata .....	2-1
2.1.3 Kawasan dan Rencana Pembangunan Kabupaten Kebumen.....	2-2
2.1.4 <i>Digital Marketing</i> .....	2-4
2.1.5 Strategi Marketing .....	2-4
2.1.6 Search Engine .....	2-7
2.1.6.1 Search Engine Optimization .....	2-7
2.1.6.2 Local SEO .....	2-8
2.1.7 Tentang <i>Keyword</i> .....	2-9
2.1.8 Google Bisnisku .....	2-10



2.2 Penelitian Terdahulu .....	2-11
<b>BAB 3 SKEMA PENELITIAN .....</b>	<b>3-1</b>
3.1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir .....	3-1
3.2 Perumusan Masalah .....	3-2
3.2.1 Analisis Sebab Akibat.....	3-2
3.2.2 Solusi Masalah.....	3-3
3.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	3-3
3.3.1 Gambaran Produk Tugas Akhir .....	3-3
3.3.2 Skema Analisis Teori.....	3-4
3.4 Profile Penelitian.....	3-5
3.4.1. Objek Penelitian .....	3-6
3.4.2. Tempat Penelitian.....	3-6
3.4.2.1 Visi dan Misi Organisasi .....	3-6
3.4.2.2 Struktur Organisasi.....	3-6
3.4.2.3 Sejarah Singkat Tentang Curug Sindaro .....	3-7
<b>BAB 4 ANALISIS DAN IMPLEMENTASI.....</b>	<b>4-1</b>
4.1 Analisis Kebutuhan .....	4-1
4.1.1 Kebutuhan Implementasi .....	4-1
4.1.2 Kebutuhan Perangkat Lunak .....	4-2
4.2 Promosi Curug Sindaro .....	4-2
4.3 Analisis Kata Kunci .....	4-4
4.4 Gambaran Umum Proses Implementasi Google Bisnisku .....	4-5
4.5 Implementasi Google Bisnisku.....	4-7
4.6 Bisnis yang Menggunakan Google Bisnisku.....	4-13
4.7 Hasil Implementasi .....	4-15
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>5-1</b>
5.1 Kesimpulan .....	5-1
5.2 Saran.....	5-1
5.3 Rekomendasi .....	5-1
5.4 Kendala Yang Dihadapi.....	5-1

DAFTAR PUSTAKA .....
LAMPIRAN .....



## BAB 1

### PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian tugas akhir, lingkup penelitian tugas akhir, metodologi penelitian tugas akhir, serta sistematika penulisan laporan penelitian tugas akhir

#### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan industri yang terus berkembang di dunia [PUR18]. Termasuk juga di Indonesia. Sejak lama pariwisata di negara maju merupakan bagian dari kebutuhan hidup [PUR18]. Begitu juga dengan Kabupaten Kebumen yang memiliki berbagai potensi wisata mulai dari wisata air, wisata pegunungan, wisata kuliner, wisata goa, wisata budaya dan lain-lain. Banyak wisata-wisata baru yang sedang dikembangkan oleh pemerintah Kabupaten Kebumen yang salah satunya adalah Curug Sindaro yang terletak di utara Kabupaten Kebumen yang tepatnya berada di Desa Wadasmalang, Kecamatan Karangsambung, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah.

Saat awal pembukaan, pengunjung selalu ramai baik saat *weekday* maupun *weekend*. Pengunjung yang datang berkisar 50-150 orang perhari. Dan di akhir pekan bisa mencapai 200 lebih pengunjung. Namun, seiring berjalannya waktu pengunjung mulai berkurang dan hanya ramai saat akhir pekan. Bahkan, saat *weekday* hanya ada pengunjung berkisar 10-20 orang saja setiap harinya. Tentunya, itu membuat pendapatan menurun.

Dalam proses pengembangan wisata yang ada, tentunya membutuhkan media yang digunakan untuk melakukan promosi. Media yang dapat digunakan diantaranya menggunakan media cetak atau media elektronik. Seiring dengan perkembangan teknologi sangat mempengaruhi bagaimana pelaku bisnis mempromosikan produknya atau tempat wisata yang sedang dikelolanya. Media yang sering digunakan sebagai sarana promosi adalah media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Pinterest, dan lain-lain. Salah satunya yang pernah melakukan promosi melalui social media Instagram yaitu Floating Market yang berada di Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat [IND17]. Penurunan kunjungan terjadi dikarenakan belum adanya strategi marketing yang diterapkan dalam melakukan promosi, dan juga ketidaktahuan pengelola bagaimana melakukan strategi marketing.

Banyak wisatawan dalam mencari rekomendasi destinasi wisata, mereka melakukan pencarian melalui search engine. Untuk mencari informasi yang dibutuhkan memang diperlukan sebuah mesin pencari atau search engine salah satunya adalah Google. Dalam perkembangannya, Google memiliki aplikasi yang digunakan untuk menunjang promosi,



yang salah satunya adalah Google Bisnisku atau yang dalam bahasa inggrisnya Google My Business.

Saat ini media promosi yang dilakukan dalam pengelolaan Curug Sindaro ini menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram dan WhatsApp. Namun dalam pengelolaannya masih kurang maksimal, karena masih kurangnya peran media promosi tersebut. Mengingat, pihak pemerintah Desa Wadasmalang ini ingin mengenalkan Wisata Curug Sindaro sendiri kepada masyarakat luas terutama bagi masyarakat Kabupaten Kebumen.

Berdasarkan masalah tersebut, perlu ada strategi marketing untuk melakukan promosi. Agar mudah terjangkau, strategi marketing yang dilakukan adalah strategi marketing online. Penerapan Local SEO menggunakan Google Bisnisku yang memang memiliki fitur-fitur untuk promosi yang memadai. Jika Wisata Curug Sindaro dipromosikan melalui Google bisnisku, maka wisatawan di sekitar Curug Sindaro akan mudah menemukan Wisata Curug Sindaro melalui google dan pengunjung juga diharapkan akan meningkat.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka permasalahan yang dimunculkan pada tugas akhir ini adalah bagaimana cara mempromosikan Wisata Curug Sindaro dengan strategi marketing online yang menggunakan Google Bisnisku?

## **1.3 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan dari tugas akhir ini yaitu mengetahui cara mempromosikan wisata Curug Sindaro menggunakan strategi marketing online dengan menerapkan Local Search Engine Optimization melalui Google Bisnisku.

## **1.4 Lingkup Tugas Akhir**

Adapun lingkup tugas akhir yang dibatasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini adalah menerapkan Local Search Engine Optimization melalui Google Bisnisku sebagai media promosi Wisata Curug Sindaro yang merupakan strategi marketing secara online.

## **1.5 Metodologi Pengerjaan Tugas Akhir**

Langkah-langkah yang akan di tempuh untuk mencapai tujuan dari tugas akhir ini yaitu :

### **1. Observasi, Wawancara dan Perumusan Masalah**

Pada tahap ini, penulis mengamati keadaan yang ada berdasarkan studi kasus yang dijadikan objek penelitian tugas akhir. Setelah proses pengamatan penulis melakukan wawancara sehingga penulis dapat menuliskan perumusan masalah dari objek penelitian tugas akhir.

### **2. Studi Literatur dan Analisis**

Pada tahap ini, penulis melakukan pengumpulan fakta-fakta terkait studi kasus dari tugas akhir yang dikerjakan.

### **3. Analisis**

Pada tahap ini, penulis melakukan penganalisisan mengenai studi kasus dari tugas akhir yang dikerjakan.

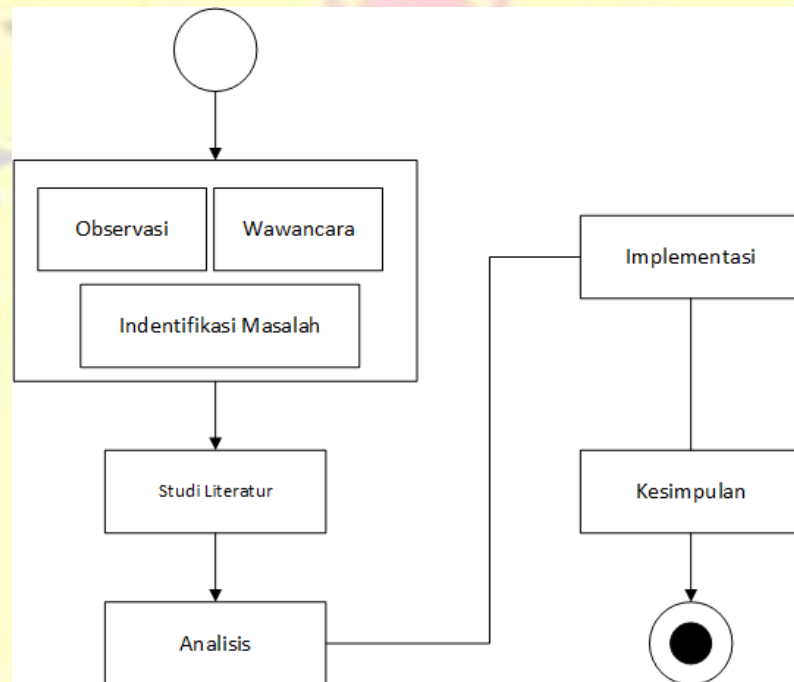
#### 4. Implementasi

Pada tahap ini, penulis melakukan analisis terlebih dahulu tentang kata kunci yang akan digunakan dan mengimplementasikan Google Bisnisku berdasarkan hasil analisis sebagai media promosi untuk Wisata Curug Sindaro.

#### 5. Kesimpulan dan Pembuatan Laporan Tugas Akhir

Pada tahap ini, penulis menjelaskan kesimpulan dari tugas akhir yang dikerjakan dan dilakukan penyusunan laporan tugas akhir yang memuat dokumentasi selama pelaksanaan tugas akhir. Penulisan laporan akhir ini berpedoman pada buku panduan mekanisme dan penulisan tugas akhir Program Studi Teknik Informatika Universitas Pasundan.

Gambar di bawah ini merupakan metodologi yang akan digunakan dalam penulisan tugas akhir.



Gambar 1.1 Metodologi Penelitian

### 1.6 Sistematika Penulisan Tugas akhir

Sistematika penulisan dalam laporan tugas akhir ini dibuat secara jelas padat dan ringkas antar bab yang saling berkaitan dan merupakan suatu kesatuan dari dari laporan. Berikut ini merupakan uraian dari sistematika laporan tugas akhir yang digunakan:

#### Bab 1 : Pendahuluan

Dalam bab ini, membahas mengenai pendahuluan dari tugas akhir yang meliputi latar belakang, identifikasi masalah, tujuan tugas akhir, lingkup tugas akhir, metodologi pengerjaan tugas akhir dan sistematika penulisan tugas akhir.

**Bab 2 : Landasan Teori & Penelitian Terdahulu**

Dalam bab ini, membahas mengenai studi literatur atau berbagai pengetahuan yang dibahas tentang Pariwisata, Promosi dan Google Bisnisku serta pengetahuan-pengetahuan lain yang mendukung dan menjadi acuan dalam penulisan tugas akhir.

**Bab 3 : Skema Penelitian**

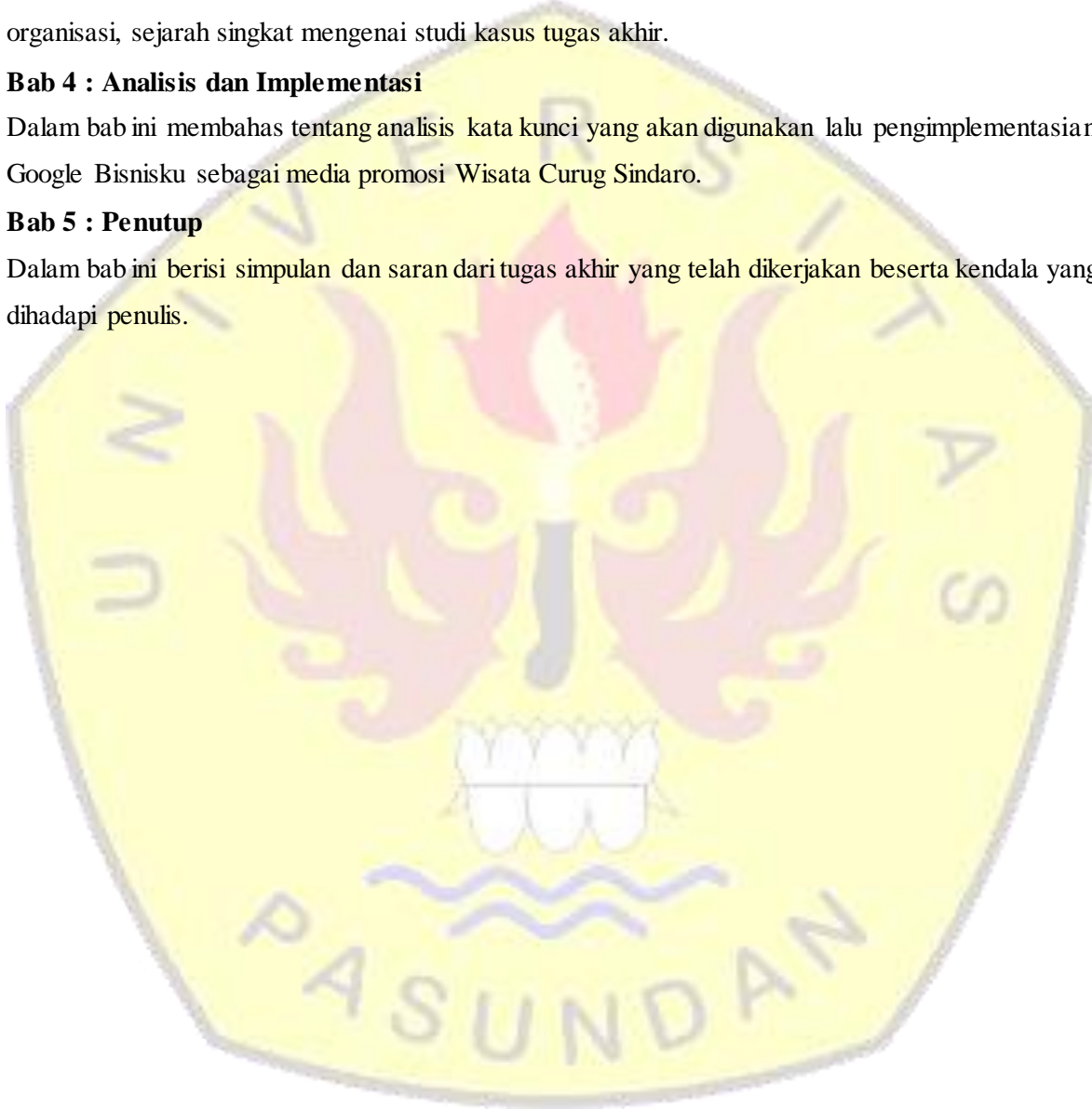
Dalam bab ini membahas mengenai kerangka pengerjaan tugas akhir, kerangka pemikiran teoritis, skema analisis yang dilakukan, penjelasan skema analisis tempat penelitian tugas akhir, struktur organisasi, sejarah singkat mengenai studi kasus tugas akhir.

**Bab 4 : Analisis dan Implementasi**

Dalam bab ini membahas tentang analisis kata kunci yang akan digunakan lalu pengimplementasian Google Bisnisku sebagai media promosi Wisata Curug Sindaro.

**Bab 5 : Penutup**

Dalam bab ini berisi simpulan dan saran dari tugas akhir yang telah dikerjakan beserta kendala yang dihadapi penulis.



## DAFTAR PUSTAKA

- [BRI19] BrightLocal, "What is Local SEO?," BrightLocal Ltd, 2019. [Online]. [Diakses 20 September 2019].
- [BUP16] B. Kebumen, "Peraturan Bupati Kebumen Nomor 24 Tahun 2016 Tentang Rencana Kerja Pemerintah Daerah Tahun 2017," Pemerintah Kabupaten Kebumen, Kebumen, 2016.
- [CHA16] D. Chaffey dan F. E. Chadwick, *Digital Marketing*, Edinburg Gate: Pearson Education Limited, 2016.
- [GOO19] Google, "Google Bisnisku," Google, [Online]. Available: <https://www.google.com/business/faq/?gmbsrc=ww-ww-et-gs-z-gmb-s-z-h~pro-z-u>. [Diakses 20 10 2019].
- [IND17] D. R. Indika dan C. Jovita, "MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN," *JURNAL BISNIS TERAPAN*, vol. 01, no. 01, p. 8, 2017.
- [JUL12] N. Juliasari dan J. C. Sitompul, "Aplikasi Search Engine dengan Metode Depth First Search," *BIT*, vol. 9, no. 1, p. 4, 2012.
- [KHA18] A. F. Khairuzzaman, "Implementasi Search Engine Optimization (SEO) pada Website Online Shop (Studi Kasus Website : Warungkado.online)," Universitas Pasundan, Bandung, 2018.
- [MAK18] R. Makmur, *Manajemen E-Commerce*, Bandung: Penerbit INFORMATIKA, 2018.
- [NAT19] Nathasya, "dewaweb," PT Dewaweb, 15 September 2019. [Online]. Available: <https://www.dewaweb.com/blog/online-marketing/>. [Diakses 24 October 2019].
- [PRA15] I. P. A. E. Pratama, *E-Commerce, E-Business, dan Mobile Commerce*, Bandung: INFORMATIKA, 2015.
- [PUR18] A. Purnomo, "PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI," UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA, Surakarta, 2018.
- [PUT16] N. A. Putri, "DESAIN STRATEGI PEMASARAN ONLINE PADA FULLUS FASHION MELALUI EVALUASI BENCHMARKING," *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 1, no. 1, p. 10, 2016.
- [SAN09] D. B. Santoso, "Pemanfaatan Teknologi Search Engine Optimazion sebagai Media untuk Meningkatkan Popularitas Blog Wordpress," *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, vol. XIV, no. 2, p. 6, 2009.
- [TRI18] J. Triyono, D. dan S. Sudiro, "PENGARUH DAYA TARIK DAN PROMOSI WISATA TERHADAP KEPUASAAN PENGUNJUNG KAMPOENG WISATA DI DESA MELIKAN KABUPATEN KLATEN," *Kepariwisata*, vol. 12, no. 1, p. 12, 2018.